

Rezension: Ingrid Paus-Haase, Bernd Schorb (Hrsg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden: ein Arbeitsbuch

Schuegraf, Martina

Veröffentlichungsversion / Published Version

Rezension / review

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schuegraf, M. (2003). Rezension: Ingrid Paus-Haase, Bernd Schorb (Hrsg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden: ein Arbeitsbuch. [Rezension des Buches *Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung: Theorie und Methoden - ein Arbeitsbuch*, von I. Paus-Haase, & B. Schorb]. *Zeitschrift für qualitative Bildungs-, Beratungs- und Sozialforschung*, 4(2), 315-318. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-279551>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Martina Schuegraf

Rezension: Ingrid Paus-Haase/Bernd Schorb (Hrsg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden: ein Arbeitsbuch. München: KoPäd Verlag 2000, 235 S., ISBN 3-934079-12-1, 19,80 Euro.

In der qualitativen Medienforschung mit Kindern und Jugendlichen bedarf es eines besonderen Herangehens, um den Kindern im Forschungsprozess und insbesondere in der Durchführung der Erhebung gerecht zu werden. Um die Bedeutung von Medien im Alltag von Kindern und Jugendlichen verstehen zu können, muss man nach Ansicht der VerfasserInnen die komplexen Prozesse in der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen nachvollziehen und erfassen können. Hier setzen die AutorInnen des vorliegenden Sammelbandes an und versuchen mit Blick auf die Methodologie, Theorie und mit Beispielen aus der Praxis; „den Boden für eine angemessene Annäherung an das Verstehen der Bedeutungskonstruktionen von Kindern und Jugendlichen unterschiedlichen Alters in der Auseinandersetzung mit ihren Medienpräferenzen“ zu bereiten (S. 9).

Der Anspruch des vorliegenden Arbeitsbuches liegt in erster Linie im Beschreiten „neuer methodischer Wege“ und im Verknüpfen „ungewöhnlicher Perspektiven und Vorgehensweisen“ (S. 9). Der Blick ins Inhaltsverzeichnis verrät, dass die HerausgeberInnen dem gerecht werden wollen, indem sie das Buch in vier Schwerpunktbereiche untergliedern. Im ersten Teil geht es um theoretische und methodologische Überlegungen hinsichtlich qualitativer Kinder- und Jugendmedienforschung. Der zweite Bereich beschäftigt sich mit Praxisbeispielen aus der Kindermedienforschung. Hier werden sechs verschiedene Projekte bzw. Vorgehensweisen bei der Erforschung von Medienpräferenzen von Kindern vorgestellt. Im anschließenden dritten Schwerpunkt steht das „Medienhandeln der Jugendlichen“ (S. 10) im Vordergrund. Auch hier wird die Me-

thodik und Analyse an zwei Beispielen aus der Praxis verdeutlicht. Der letzte Teil des vorliegenden Bandes trägt verschiedene Konsequenzen zusammen, die nach Meinung des Autors für die qualitative Medienforschung mit Kindern und Jugendlichen unerlässlich sind.

Der Aufsatz von *Ingrid Paus-Haase* im Methoden- und Theorieteil widmet sich dem Modell der Triangulation. Einführend stellt sie heraus, dass es von entscheidender Bedeutung ist, eine „Gleichberechtigung“ von „zu erforschenden“ Kindern und „forschenden“ Erwachsenen anzuerkennen, „um die Würde von Kindern im Forschungsprozess zu wahren“ (S.18). Die Kinder als ExpertInnen zu sehen, sich auf ihr Denken, Fühlen und Handeln einzulassen und damit eine prozessorientierte Vorgehensweise zu verfolgen, ermögliche erst eine Annäherung an die Deutungsmuster von Kindern im Umgang mit Medien. Anhand einer Studie zur Bedeutung von Favoritenserien im Alltag von Kindergartenkindern expliziert die Autorin das Modell der Triangulation auf der Ebene der Methoden-, UntersucherInnen- und Datentriangulation. Diese Untersuchung ist im Hinblick auf Methoden auch insofern interessant, als dass hier Leitfadeninterviews mit Kindern als Handpuppeninterviews durchgeführt wurden. Die Handpuppen sollen dazu beigetragen haben, „dass eine entspannte und kommunikative Atmosphäre geschaffen wurde“ (S. 24).

Im Artikel von *Bernd Schorb* und *Helga Theunert* wird die Methode des *Kontextuellen Verstehens der Medienaneignung*, die eigens für ein Forschungsvorhaben des Jugend Film Fernsehen e.V. (JFF) entwickelt wurde, vorgestellt. Mit einer genauen Begriffsbestimmung von *Medienaneignung* und *Medienhandeln*, in dessen Zentrum die Medienaneignung stehe, kommen die AutorInnen zu folgender Definition: „Zusammengefasst meint *Medienaneignung* also den komplexen Prozess der Nutzung, Wahrnehmung, Wertung und Verarbeitung von Medien aus der Sicht der Subjekte unter Einbezug ihrer – auch medialen – Lebenskontexte“ (S. 35). Als forschungsleitende

Prinzipien des *Kontextuellen Verstehens der Medienaneignung* werden fünf Punkte herausgestellt: Erstens die „Gegenstandsadäquatheit als Grundlage des Zugangs zur Medienaneignung“ (S. 36), was das Eingehen auf die Artikulationsmöglichkeiten der zu untersuchenden Subjekte meint. Zweitens wird auf den „Subjektstatus der zu Untersuchenden als Prämisse des Forschungsprozesses“ (S. 37) rekurriert. Das bedeutet, dass die Aussagen und Antworten der Interviewten prinzipiell als richtig angesehen und damit in der Erhebungsphase gleichwertig behandelt werden müssen. Die „Adressatenorientierung als Basis des Erhebungsprozesses“ (S. 28) wird drittens ausgeführt. Darunter verstehen die AutorInnen, dass die Subjekte im Mittelpunkt jeder Untersuchung stehen und entsprechend die „Erhebungssituation und Artikulationsmöglichkeiten“ anzupassen sind. Als vierte Leitlinie der „umfassenden Kontexterhebung als Rahmen des Verstehens der Medienaneignung“ (S. 38) zählt die Erhebung der Biografie der zu Untersuchenden sowie ihre aktuelle Lebensrealität. Im fünften und letzten Prinzip geht es um „Sinnbewahrung und Sinnverstehen als Leitlinien für die Interpretation“, wobei sich der Anspruch auf das Herausarbeiten vom Einzelnen auf das Exemplarische richtet. Diese fünf dargestellten Leitlinien werden anschließend mit Beispielen aus der Forschungspraxis mit Kindern untermauert und weiter ausgeführt.

Der Artikel von *Hans-Dieter Kübler* nimmt „die Grenzen und Aporien der Medienrezeptionsforschung bei und mit Kindern“ (S. 59) in den Blick und beleuchtet Kinder- und Jugendmedienforschung eher unter einer kritischen Perspektive. In diesem Artikel geht es vor allem um Auftragsforschung und die damit verbundenen Probleme und Zwänge, denen man als ForscherIn unterliegt, wenn man ergebnisorientiert (unter starker Berücksichtigung der AuftraggeberInnen) arbeiten muss. Daran knüpft er die Frage, „inwiefern Kinder Subjekte ihres Handelns und erst recht Subjekte der Forschung sein können“ (S. 59), wenn doch den Erwachse-

nen die Auswertung und Analyse obliegt. Letztlich wären die Befunde weitgehend „nur Artefakte der Erwachsenen“ (S. 59), befürchtet hierbei der Autor. Anhand eines Überblicks über die verschiedenen Sender, die Kindersendungen ausstrahlen oder als Spartenkanäle gänzlich an ein Kinderpublikum gerichtet sind, diskutiert er die Validität der GfK-Daten insbesondere bei der Gruppe der 3- bis 5jährigen, um anschließend verschiedene qualitative Forschungsarbeiten im Kinder- und Jugendbereich vorzustellen.

Im zweiten Schwerpunkt des Buches werden mehrere Beispiele aus der Kindermedienforschung behandelt. Folgend werde ich die sechs verschiedenen Forschungsarbeiten hier nur sehr grob skizzieren.

Die erste Studie widmet sich der „Rolle von Bilderbüchern im Prozess der frühen Geschlechtersozialisation“ (S. 93) und untersucht den Zusammenhang von „Geschlechtererwerb und Medienrezeption“ (S. 93). Während die Autorin *Susanne Keunke* in der Einleitung auf Studien verweist, nach denen die Kinder durch stereotype Geschlechterbilder in den Bilderbüchern auch zu traditionellen Jungen und Mädchen erzogen würden, kommt sie zu einem interessanten abweichenden Ergebnis. Sie stellt nur eine sehr begrenzte Geschlechtersozialisation durch die Angebote in den Bilderbüchern fest. Vielmehr legen die Erfahrungen, „die Kinder in ihrer täglichen Lebenswelt machen“, den „Grundstein, auf dem sie die (Re-)Konstruktionen der Bilderbuchinhalte (und anderer medialer Angebote) errichten“ (S. 99).

Auch *Daniel Süß* erforscht die Kinderbuchpräferenzen von Kindern, jedoch unter einer anderen Fragestellung. Im Zentrum stehen hier die Lieblingsbücher der Kinder, deren Begründungszusammenhänge für ihre Präferenzen und den Stellenwert im Vergleich der verschiedenen Buchangebote (Bestseller, Klassiker, unkonventionell). Neben der beschriebenen qualitativen Untersuchung wurde auch eine quantitative Datenerhebung vorgenommen, in die die qualitativen Ergebnisse eingebettet werden.

In dem Betrag von *Claudia Lampert* geht es um das Verständnis von Fernsehwerbung bei Vorschulkindern. Diese Studie bezieht sich auf eine Untersuchung, die parallel zur „so genannten Werbekompetenz“ (S. 115) von Kindern durchgeführt wurde. Auch hier wird explizit auf die Bedeutung eines kindgerechten Untersuchungsdesigns eingegangen. Dementsprechend ist das Forschungssetting in drei Teilen angelegt. Es besteht zum einen aus Leitfadeninterviews, wobei die Kinder wie oben von Handpuppen interviewt werden, zum zweiten aus teilnehmenden Beobachtungen in Gruppen und zum dritten aus Elterninterviews. Aus dieser Fülle an Datmaterial wurde versucht, ein recht detailliertes Bild des Werbeverständnisses der Vorschulkinder zu entwerfen.

Die Untersuchung von *Norbert Neuss* beschäftigt sich mit „medienbezogenen Kinderzeichnungen“ (S. 131) und nutzt diese als Instrumente der qualitativen Forschung. Die Kinder werden im Anschluss an ihren Mal-Akt zu ihren Zeichnungen interviewt. Die Zeichnungen sind laut Autor „symbolische Verdichtungen“ (S. 135), denen man jedoch nicht als erwachsene/r InterpretIn mit vorgefertigten Symboldeutungen aus der Erwachsenenwelt begegnen könne, „denn Kinder wachsen [...] erst in ein konventionalisiertes System von Symboldeutungen hinein“ (S. 136).

Die „Mediennutzung und Medienkompetenz bei 8/9Jährigen“ (S. 155) steht in dem Aufsatz von *Ingrid Geretschlaeger* im Vordergrund. Sie stellt ein Projekt vor, das im Auftrag des Bundesministeriums für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten in der 3. Schulklasse in Niederösterreich durchgeführt wurde. Die Daten wurden mittels Arbeitsblätter in Form von Fragebögen erhoben, zusätzlich wurden „informelle Gespräche“ und „Interviews mit Kassettensrekorder und Videokamera“ (S. 156) geführt. Nach einer kurzen Illustration der informellen Gespräche mit den Kindern über ihr Freizeitverhalten, die Medien(präsenz) und besonderen Interessen, folgt eine recht ausführliche Darstellung der quantitativen Ergebnisse, was m. E. in einem Arbeitsbuch

zu qualitativen Methoden in der Medienforschung fehl am Platz ist.

Der letzte Beitrag in diesem Teil von *Burkhard Freitag* zur Kindermedienforschung handelt vom „Zusammenhang von Gewaltverständnis und Gewaltrezeption bei 8- bis 9jährigen Kindern“ (S. 167). Zentral ist in diesem Aufsatz eine ausführliche Diskussion um den Gewaltbegriff. Es stellt sich heraus, dass das Wort „Gewalt“ sehr heterogene Bedeutungszuschreibungen provoziert und aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden muss. Diese Erkenntnis sind insofern interessant, als dass sie sehr detailliert aus der Sicht der Befragten betrachtet und aufgearbeitet werden. Aus den Ergebnissen wird eine „weitreichende Hypothese“ abgeleitet: „Ein verstärkt das Opfer berücksichtigendes Gewaltverständnis sensibilisiert für mediale Gewaltdarstellungen.“ (S. 174). Dies eröffne nach Meinung des Autors „neue Perspektiven“ für den „präventiven Jugendschutz“.

Der dritte Teil beschäftigt sich nun mit der Jugendmedienforschung. Auch hier werden zwei Beispiele aus der Praxis präsentiert.

Helena Bilandzic und *Bettina Trapp* stellen in ihrem Aufsatz die Methode des „lauten Denkens“ anhand einer Untersuchung zur „selektiven Fernsehnutzung bei Jugendlichen“ (S. 183) vor. Im Blickpunkt steht zu Beginn dieser Studie das generelle jugendliche Fernsehverhalten. Im Anschluss daran wird ausführlich mit all ihren Vor- und Nachteilen auf die Methode des lauten Denkens eingegangen. Nach Ansicht der Verfasserinnen ist das Kernstück dieser Methode „die Instruktion“ (S. 188). Innerhalb dieser Methode fordern sie die Untersuchungspersonen auf, ihre Gedanken ohne vorheriges Nachdenken direkt laut auszusprechen, um die spontanen Gedanken der ForschungsteilnehmerInnen zu ermitteln. Zur Verbesserung der Validität verweisen die Autorinnen auf verschiedene Strategien. An drei Fallbeispielen wird die Leistung der Methode dann anschließend diskutiert.

Der Einsatz von WinMax, einem computergestützten Auswertungsprogramm für

qualitative Analyseverfahren, wird in der zweiten Studie von *Ingrid Paus-Haase* und *Ulrike Wagner* zum Umgang Jugendlicher mit Daily Talks und Daily Soaps exemplarisch vorgeführt. WinMax wird als ein nachvollziehbares Auswertungsinstrumentarium eingeführt, das sich besonders dafür eignet, eine große Fülle von Datenmaterial, wie sie z.B. bei Gruppendiskussionen oder Einzelinterviews entstehen, gebündelt bewältigen zu können. Zusätzlich ermöglicht es eine Verschränkung qualitativer und quantitativer Verfahren, denn es bietet u.a. eine Schnittstelle zum weitverbreiteten Statistikprogramm SPSS. Mit WinMax würden die eingeleseenen, transkribierten Texte codiert und anschließend analysiert werden. Durch diesen Codierungsprozess erhält man Kategorien, die mit Codeworten bezeichnet und zu Codewortbäumen zusammengefasst werden. Am Ende werden als Stärken neben der besseren Handhabbarkeit einer großen Materialfülle, die leichte Erlernbarkeit und die Möglichkeiten der Systematisierung, Klassifizierung, Typisierung und Codierung genannt. Jedoch habe die Software auch Schwächen. Nachteilig sei die „alphabetische Organisation des Kategoriensystems, das keine sinnbezogene Strukturierung ermöglicht“ (S. 222).

Den letzten Schwerpunkt bilden schließlich die Konsequenzen, die *Rüdiger Funiok* als „sieben ethische ‚Einmerker‘ in das Pflichtenheft der qualitativ Forschenden“ (S. 227) formuliert. Diese ethischen Einmerker sind für ihn unerlässliche Grundvoraussetzungen qualitativer Medienforschung, und beziehen sich laut Autor insbesondere auf drei Verantwortungsbereiche: a) Verantwortung bei der Datenerhebung, b) Verantwortung bei der Auswertung der Daten und c) Verantwortung bei der Publikation. Diese sieben Einmerker spiegeln das schon Gesagte aus den vorangegangenen Aufsätzen wider und fassen es nochmals konzentriert zusammen. Es wird erneut die Verantwortung der erwachsenen ForscherInnen gegenüber den Kindern und Jugendlichen betont, die auf die Wahrung einer Symmetrie in der Gesprächssituation abzielen soll. Ebenso sei es wichtig,

die Psyche und die soziale Umgebung der zu Erforschenden nicht aus dem Blick zu verlieren. Die Datenauswertung solle sich immer in Reflexionsprozessen bewegen, wofür ein Forschungsteam fast unerlässlich wird. Ebenso wird auf die Datensicherheit und damit die Anonymisierung der untersuchten Personen hingewiesen. Mit Blick auf die Publikation taucht nochmals die Auftragsforschung auf und er mahnt, „sich die notwendige Freiheit gegenüber den Auftraggebern“ (S. 233) zu sichern. Funiok bringt seine Forderungen in der letzten Überschrift auf den Punkt: „Belegbarkeit bzw. Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse und Anwaltschaft für die jungen Menschen – die zwei wichtigsten Haltungen (‚Tugenden‘) einer medienpädagogischen Forschung“ (S. 234).

Dieser Sammelband – als Arbeitsbuch begriffen – gibt eine gute Übersicht und interessante Einblicke in die Möglichkeiten qualitativer Medienforschung mit Kindern und Jugendlichen. Man erhält brauchbare Anregungen und Ansatzpunkte für eigene Forschungsarbeiten, was durch die Verknüpfung von Theorie- bzw. Methodologieteil und Praxisteilen unterstützt wird. Allerdings ist der Schwerpunkt Kindermedienforschungen zu reichhaltig an Beispielen ausgefallen. Dadurch treten Doppelungen auf und als Leserin wird man immer wieder auf dieselben Prämissen in der Kinder- und Jugendmedienforschung aufmerksam gemacht. Erfreulich ist, dass die einzelnen Beiträge in einer sehr verständlichen und klaren Sprache geschrieben sind, ärgerlich sind jedoch die vielen Orthografie- und Grammatikfehler.